

Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка
портативных плееров
в России



Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: <http://www.drgroup.ru/clients.html>

Наши клиенты, в том числе - крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования <http://www.drgroup.ru/reviews.html>

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малоприменимой информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения.*

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируемом рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение и алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними.*

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY Research Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Ad hoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт РБК, Профиль и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Список таблиц и диаграмм	9
Таблицы:	9
Диаграммы:	9
Резюме	10
Глава 1. Методология исследования	11
Цель исследования	11
Задачи исследования	11
Объект исследования	11
Метод сбора и анализа данных	11
Источники получения информации	11
Объем и структура выборки	12
Глава 2. Объем и темпы роста рынка портативных плееров в России	13
В натуральном выражении	13
Сегмент Беспроводные колонки	16
Сегмент Портативные медиа плееры	17
Сегмент Электронные книги	18
Глава 3. Каналы сбыта	19
Глава 4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка портативных плееров в России	20
Глава 5. Конкурентный анализ рынка портативных плееров в России	21
Рыночные доли компаний	21
Рыночные доли брендов	23
Глава 6. Прогноз развития рынка портативных плееров в России до 2025 г. .	25

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 9 таблиц и 9 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка портативных плееров по сегментам в России, тыс. шт.

Таблица 2. Темпы прироста объема рынка портативных плееров по сегментам в России в натуральном выражении, %.

Таблица 3. Дистрибуция портативных плееров по формату торговли в России в натуральном выражении, %.

Таблица 4. Доли производителей в объеме рынка портативных плееров в России в натуральном выражении, %.

Таблица 5. Доли производителей в объеме рынка портативных плееров в России в натуральном выражении, %.

Таблица 6. Доли брендов в объеме рынка портативных плееров в России в натуральном выражении, %.

Таблица 7. Доли брендов в объеме рынка портативных плееров в России в натуральном выражении, %.

Таблица 8. Прогноз объема рынка портативных плееров по сегментам в России в 2020-2025 гг., тыс. шт.

Таблица 9. Прогноз темпов прироста объема рынка портативных плееров по сегментам России в 2020-2025 гг. в натуральном выражении, %.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка портативных плееров в России тыс. шт., %.

Диаграмма 2. Доли сегментов в объеме рынка портативных плееров в России в натуральном выражении, %.

Диаграмма 3. Объем сегментов рынка портативных плееров в России, тыс. шт.

Диаграмма 4. Объем и темпы прироста сегмента «Беспроводные колонки» в России , тыс. шт., %.

Диаграмма 5. Объем и темпы прироста сегмента «Портативные медиа плееры» в России, тыс. шт., %.

Диаграмма 6. Объем и темпы прироста сегмента «Электронные книги» в России , тыс. шт., %.

Диаграмма 7. Доли производителей в объеме рынка портативных плееров в России в натуральном выражении, %.

Диаграмма 8. Доли брендов в объеме рынка портативных плееров в России в натуральном выражении, %.

Диаграмма 9. Прогноз объема и темпов прироста рынка портативных плееров России в 2020-2025 гг., тыс. шт., %.

Резюме

Маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка портативных плееров в России.

Объем рынка портативных плееров в России в 2019 г. составил 4 473,6 тыс. шт.

Под портативными плеерами мы понимаем переносные устройства, воспроизводящие звуковые, видео и текстовые файлы.

Рынок состоит из трех сегментов: «Беспроводные колонки», «Портативные медиа плееры», «Электронные книги». Объем лидирующего сегмента «Беспроводные колонки» в 2019 г. достиг составил 2 721,6 тыс. шт.

Ожидается что объем рынка портативных плееров в России в 2020-2025 г. будет увеличиваться и в 2025 г. составит 6 403,3 тыс. шт.

В 2020 г. доля продаж портативных плееров через канал «Внутримагазинная розница» составила 38% от общего объема продаж в натуральном выражении. В то же время доля продаж канала «ВНЕмагазинная розница», представленного исключительно субканалом «Интернет розница» составила 62% всего объема продаж портативных плееров в 2020 г.

На рынке портативных плееров в России в 2019 г. доминировала компания ООО Harman Rus CIS (35,3%), в связи с популярностью их бренда беспроводных колонок JBL. Компания ООО Pocketbook Rus является лидером в сегменте «Электронные книги». В 2019 г. доля рынка компании составила 16,7%.

Глава 1. Методология исследования

Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка портативных плееров в России.

Задачи исследования

1. Объем, темпы роста и динамика развития рынка портативных плееров в России.
2. Сегменты рынка портативных плееров в России.
3. Рыночные доли производителей и брендов на рынке портативных плееров в России.
4. Конкурентная ситуация на рынке портативных плееров в России.
5. Каналы сбыта продукции.
6. Прогноз объема рынка портативных плееров в России до 2025 г.
7. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка (в ближайшие несколько лет) портативных плееров в России.

Объект исследования

Рынок портативных плееров в России.

Метод сбора и анализа данных

Основным методом сбора данных является мониторинг документов.

В качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке портативных плееров и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.

5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

Глава 2. Объем и темпы роста рынка портативных плееров в России

В натуральном выражении

Объем рынка портативных плееров в России в 2019 г. составил 4 473,6 тыс. шт.

Рынок состоит из трех сегментов: «Беспроводные колонки», «Портативные медиа плееры», «Электронные книги».

Наиболее крупным сегментом рынка портативных плееров в натуральном выражении является «Беспроводные колонки». Объем сегмента «Беспроводные колонки» в 2019 г. достиг значения 2 721,6 тыс. шт. По сравнению с 2018 г. объем сегмента на тыс. шт.

Второе место по объему продаж в натуральном выражении занимает сегмент «Электронные книги». Объем сегмента «Электронные книги» в 2019 г. составил тыс. шт. По сравнению с 2018 г. объем сегмента на тыс. шт.

Третье место по объему продаж в натуральном выражении занимает сегмент «Портативные медиа плееры». Объем этого сегмента в 2019 г. составил тыс. шт. По сравнению с 2018 г. объем сегмента на тыс. шт.

Таблица 1. Объём рынка портативных плееров по сегментам в России в 2015-2019 гг., тыс. шт.

Сегмент	2015	2016	2017	2018	2019
Беспроводные колонки					2 721,6
Портативные медиа плееры					
- Портативные мультимедиа плееры					
- Другие портативные медиа плееры					
Электронные книги					
Итого					4 473,6

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка портативных плееров в России в 2015-2019 гг., тыс. шт., %.

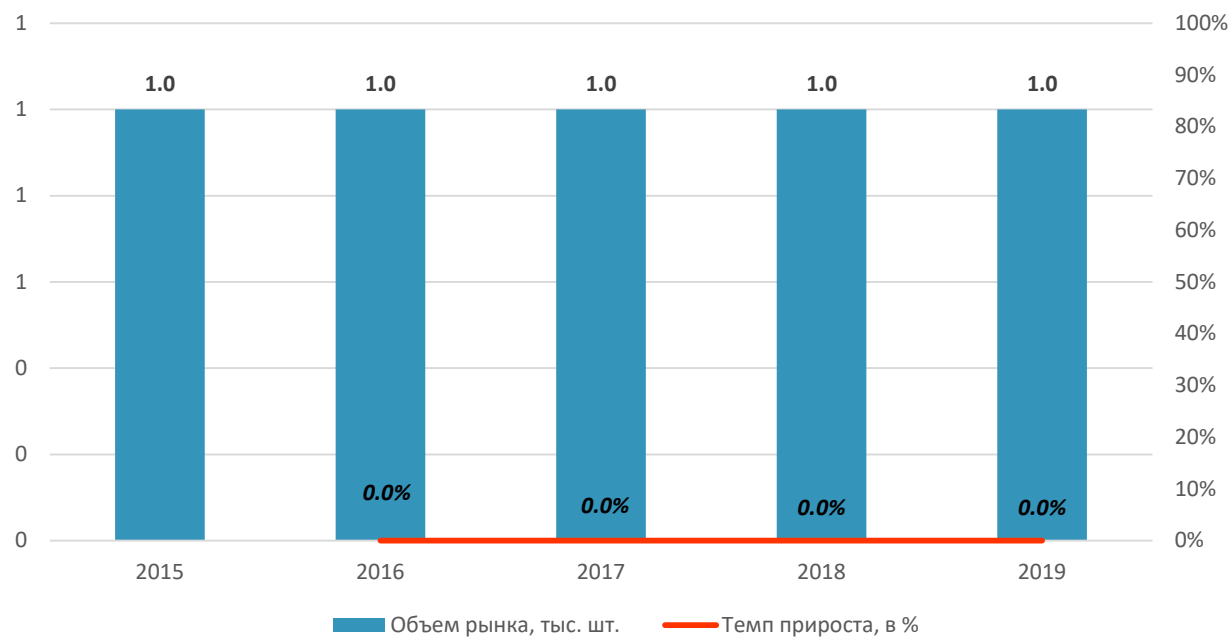


Диаграмма 2. Доли сегментов в объеме рынка портативных плееров в России в 2019 г. в натуральном выражении, %.

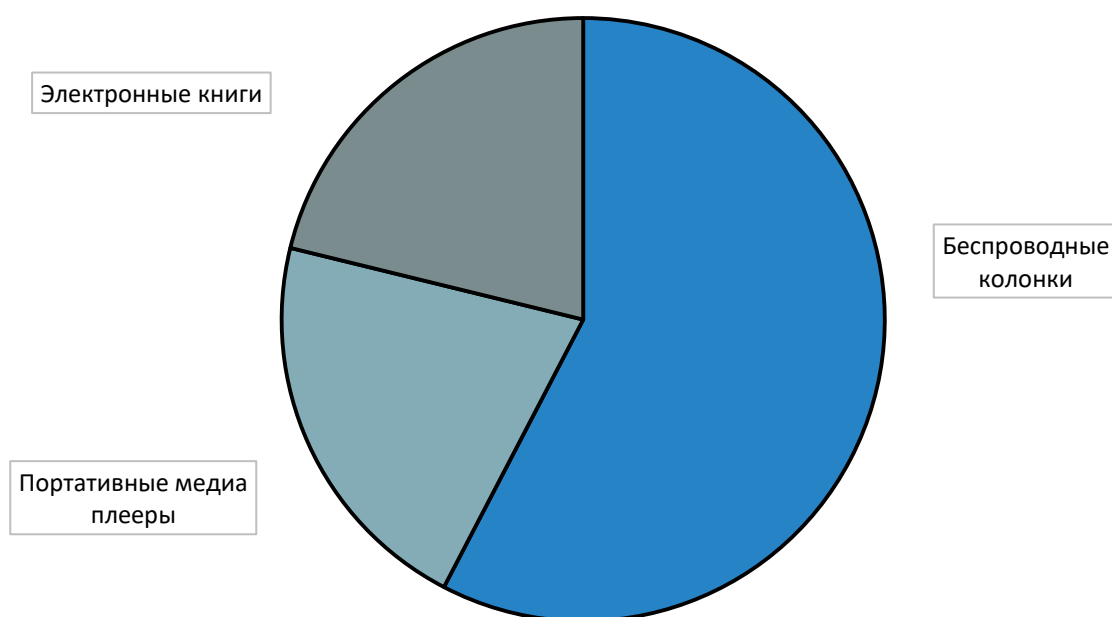
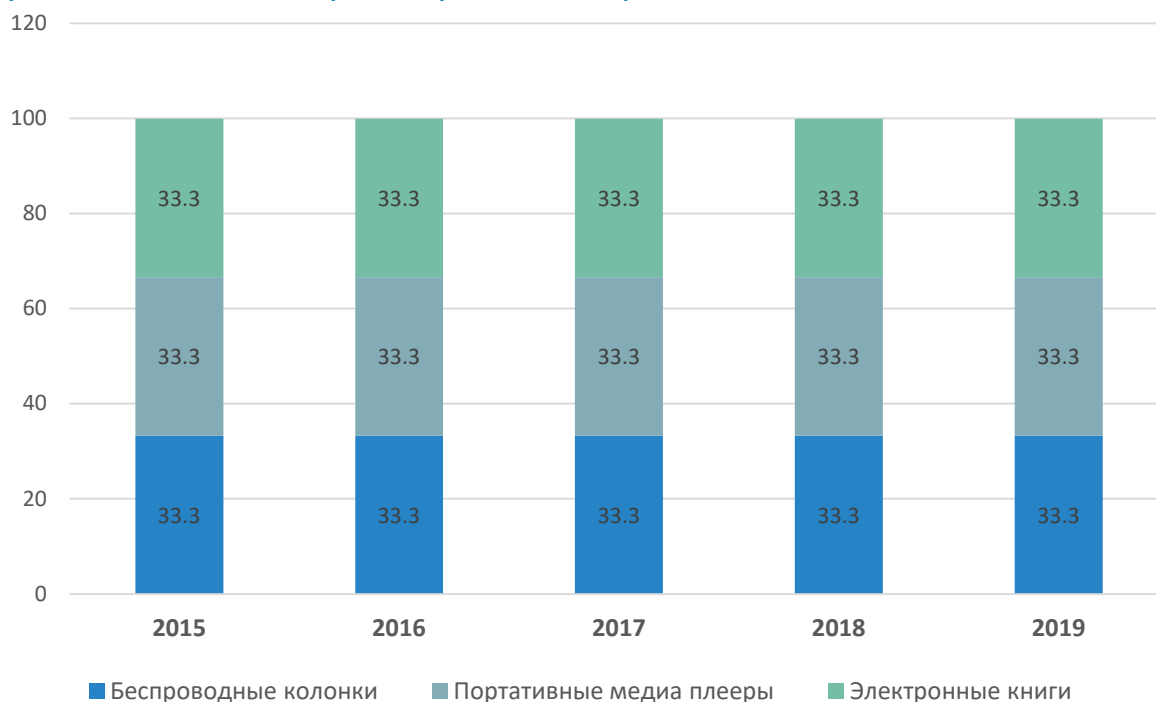


Диаграмма 3. Объем сегментов рынка портативных плееров в России в 2015-2019 гг., тыс. шт.



Темп прироста лидирующего сегмента «.....» в 2019 г. составил%. Темп прироста по сравнению с 2018 г., когда сегмент вырос на%.

Темпы прироста сегментов «.....» и «.....» в 2019 г. были В 2019 г. объёмы данных сегментов в натуральном выражении относительно 2018 г. на% и% соответственно.

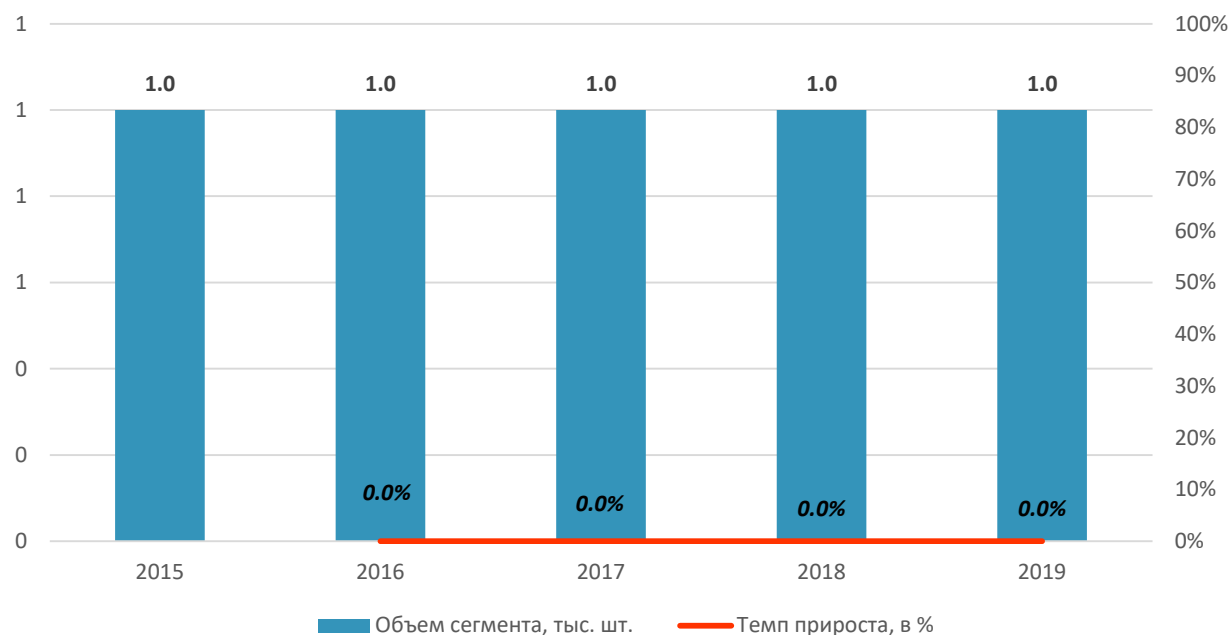
Таблица 2. Темпы прироста объема рынка портативных плееров по сегментам в России в 2015-2019 гг. в натуральном выражении, %.

Сегмент	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019
Беспроводные колонки					
Портативные медиа плееры					
- Портативные мультимедиа плееры					
- Другие портативные медиа плееры					
Электронные книги					
Итого					

Сегмент Беспроводные колонки

Сегмент «Беспроводные колонки» занимает лидирующую позицию на рынке портативных плееров в России в натуральном выражении. В 2019 г. его объем составил 2 721,6 тыс. шт., что на%, чем в 2018 г. Наибольшие темпы прироста сегмента наблюдались в и гг. и составили% и% соответственно.

Диаграмма 4. Объем и темпы прироста сегмента «Беспроводные колонки» в России в 2015-2019 гг., тыс. шт., %.

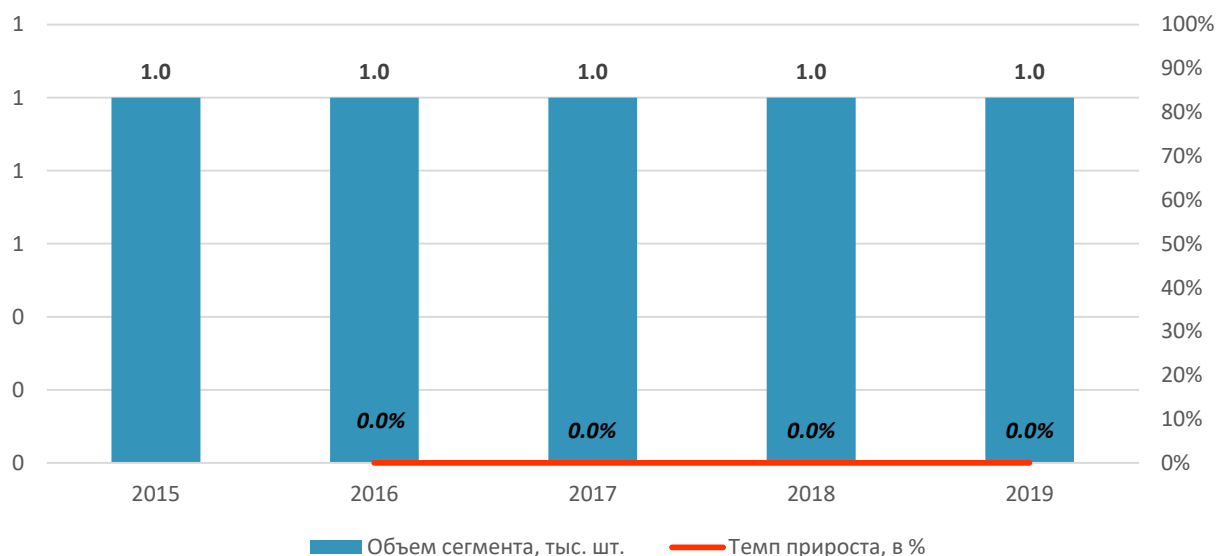


Сегмент Портативные медиа плееры

Объем сегмента «Портативные медиа плееры» в 2019 г. составил 703,9 тыс. шт. Темп прироста объема в 2019 г. составил%, в 2018 г.%.

Сегмент «Портативные медиа плееры» состоит из двух подсегментов: «Портативные мультимедиа плееры» и «Другие портативные медиа плееры». подсегментом в натуральном выражении является «Портативные мультимедиа плееры». Его объем в 2019 г. до тыс. шт. Объем подсегмента «Другие портативные медиа плееры» составил тыс.шт.

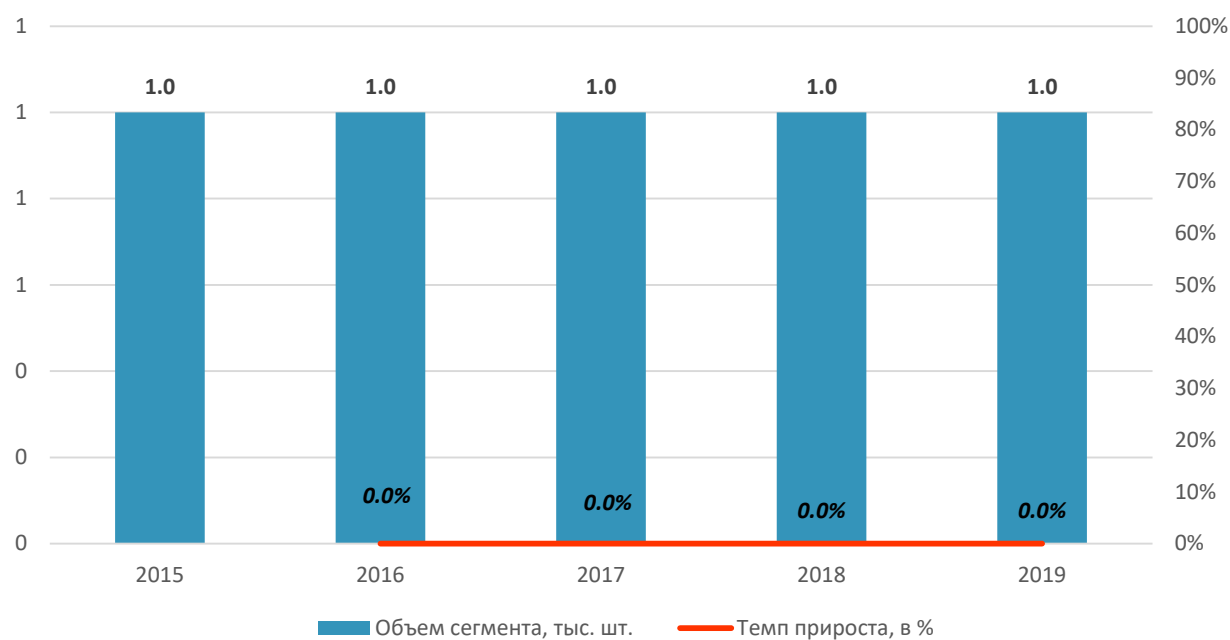
Диаграмма 5. Объем и темпы прироста сегмента «Портативные медиа плееры» в России в 2015-2019 гг., тыс. шт., %.



Сегмент Электронные книги

В 2019 г. объём сегмента «Электронные книги» составил 1 048,2 тыс. шт. Его объём в натуральном выражении на% по сравнению с 2018 г. На протяжении 2016-2018 гг. в данном сегменте наблюдались темпы прироста.

Диаграмма 6. Объём и темпы прироста сегмента «Электронные книги» в России в 2015-2019 гг., тыс. шт., %.



Глава 3. Каналы сбыта

В 2015 г. дистрибуция портативных плееров осуществлялась в основном через канал «.....» (.....% от натурального объема продаж). Основную долю в продажах этого канала занимал субканал «.....». Его доля в объеме продаж в натуральном выражении составила%. Доля субканала «Прочие специализированные магазины» составила%.

В 2020 г. доля продаж портативных плееров через канал «Внутримагазинная розница» и составила 38% от общего объема продаж в натуральном выражении. Основное снижение пришлось на субканал «.....». Доля этого субканала в 2020 г. составила%.

В то же время доля продаж канала «ВНЕмагазинная розница», представленного исключительно субканалом «Интернет розница» на% по сравнению с 2015 г. и составила 62% всего объема продаж портативных плееров в 2020 г.

Таблица 3. Дистрибуция портативных плееров по формату торговли в России в 2015 и 2020 гг. в натуральном выражении, %.

Каналы	2015	2020
Внутримагазинная розница		
- Розничные магазины		
--- Гипермаркеты		
- Специализированные магазины		
--- Ретейлеры, специализирующиеся на продаже электроники и бытовой техники		
--- Прочие специализированные магазины		
-- Магазины с комплексным ассортиментом		
ВНЕмагазинная розница		
- Интернет розница		

Глава 4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка портативных плееров в России

- Основная доля рынка портативных плееров в 2020 г. приходится на сегмент «Беспроводные колонки». С 2017 г. наблюдались высокие темпы прироста данного сегмента. Большинство беспроводных колонок оснащены модулями Wi-Fi, которые позволяют пользователю управлять звуком на расстоянии, что делает их интересной альтернативой традиционным Hi-Fi системам. Улучшение качества звука, а также возможность подключения к Spotify, Google Play Music, Pandora и другим сервисам увеличивают популярность беспроводных колонок.

.....

Глава 5. Конкурентный анализ рынка портативных плееров в России

Рыночные доли компаний

На рынке портативных плееров в России в 2019 г. доминировала компания ООО Harman Rus CIS (35,3%), в связи с популярностью их бренда беспроводных колонок JBL. Потребители ценят данный бренд за хорошее соотношение цены и качества. Компания предлагает широкий ассортимент беспроводных колонок, охватывающий все ценовые сегменты, и имеет прочную репутацию в России.

Компания ООО Pocketbook Rus является лидером в сегменте «Электронные книги». В 2019 г. доля рынка компании составила 16,7%, в 2020 г.%.

.....

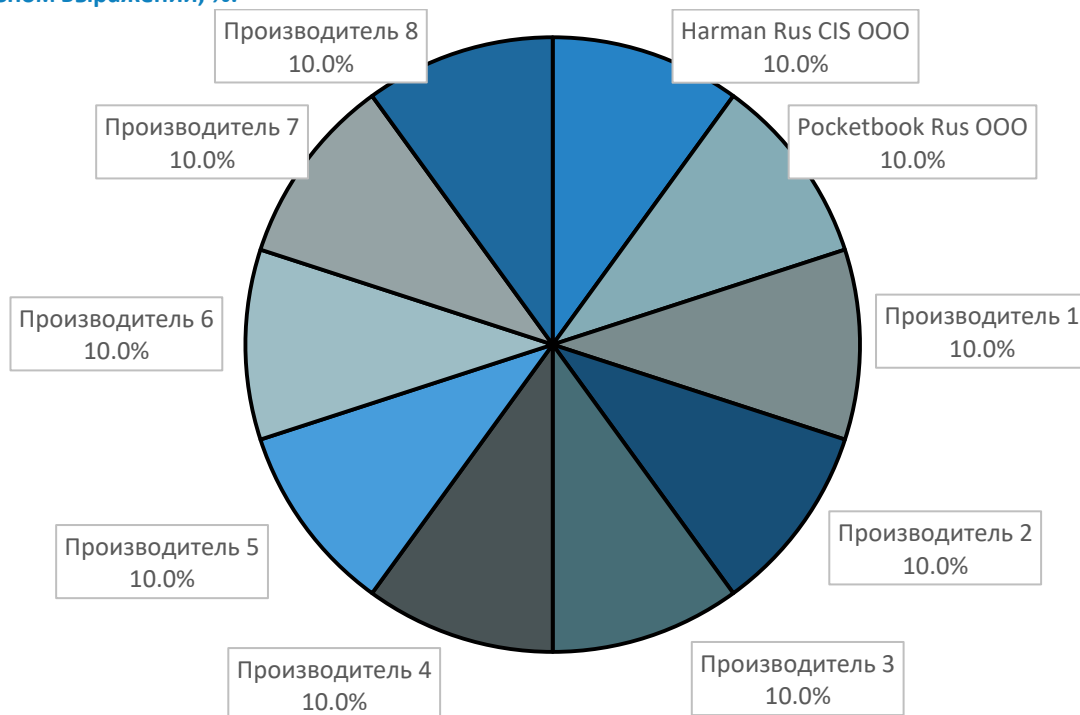
Таблица 4. Доли производителей в объеме рынка портативных плееров в России в 2015-2020 гг. в натуральном выражении, %.

Производители	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Harman Rus CIS ООО						35,3
Pocketbook Rus ООО						16,7
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Таблица 5. Доли производителей в объеме рынка портативных плееров в России в 2020 г. в натуральном выражении, %.

Производители	2020
Harman Rus CIS OOO	
Pocketbook Rus OOO	
Итого	100

Диаграмма 7. Доли производителей в объеме рынка портативных плееров в России в 2020 г. в натуральном выражении, %.



Рыночные доли брендов

Наиболее крупным брендом в 2019 г. по объему продаж в натуральном выражении стал JBL. Доля рынка данного бренда в 2019 г. составила%.

Тем не менее, JBL столкнулся с растущей конкуренцией со стороны бренда (.....), занимающего второе место в сегменте «Беспроводные колонки».

.....

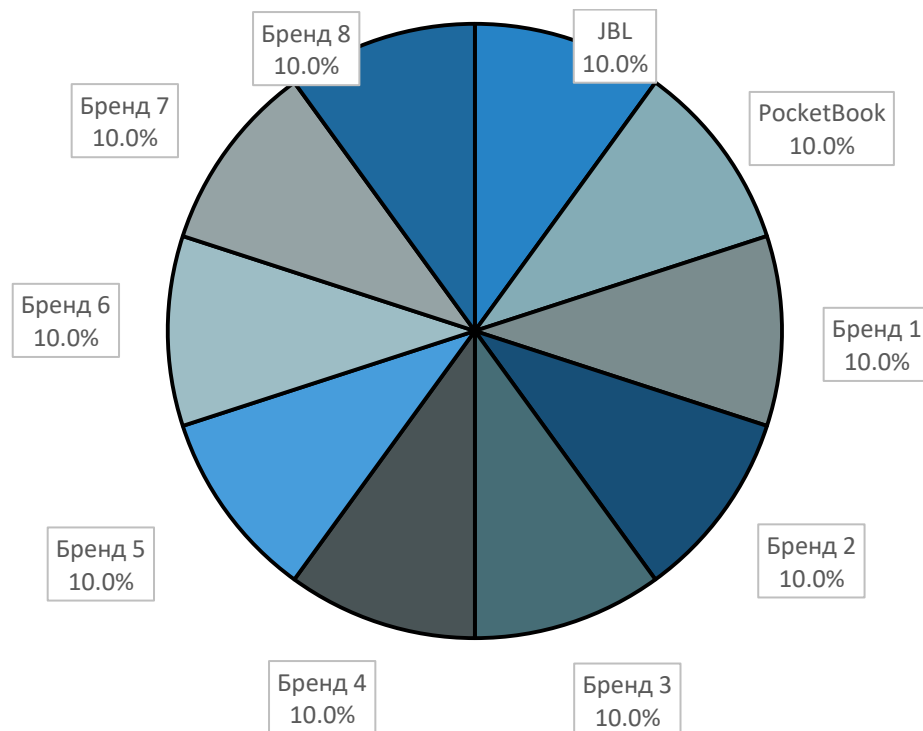
Таблица 6. Доли брендов в объеме рынка портативных плееров в России в 2015-2020 гг. в натуральном выражении, %.

Бренды	2015	2016	2017	2018	2019	2020
JBL						
PocketBook						
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Таблица 7. Доли брендов в объеме рынка портативных плееров в России в 2020 г., в натуральном выражении, %.

Бренды	2020
JBL	
PocketBook	
Итого	100

Диаграмма 8. Доли брендов в объеме рынка портативных плееров в России в 2020 г., в натуральном выражении, %.



Глава 6. Прогноз развития рынка портативных плееров в России до 2025

Г.

Ожидается что объем рынка портативных плееров в России в 2020-2025 г. будет увеличиваться и в 2025 г. составит 6 403,3 тыс. шт.

Лидирующий сегмент рынка «.....» вырастет в 2020 г. на тыс. шт., а к 2025 г. составит тыс. шт. Существенное объёма сегмента «.....» ожидается в 2020-2025 гг. В 2020 г. объем сегмента составит тыс. шт., в 2025 г. данный показатель может до тыс. шт. Согласно прогнозам, объем сегмента «.....» в натуральном выражении в 2020 г., а в следующие годы будет и в 2025 г. составит тыс. шт.

Таблица 8. Прогноз объёма рынка портативных плееров по сегментам в России в 2020-2025 гг., тыс. шт.

Сегмент	2019 (факт)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Беспроводные колонки							
Портативные медиа плееры							
- Портативные мультимедиа плееры							
- Другие портативные медиа плееры							
Электронные книги							
Итого							

Диаграмма 9. Прогноз объёма и темпов прироста рынка портативных плееров России в 2020-2025 гг., тыс. шт., %.

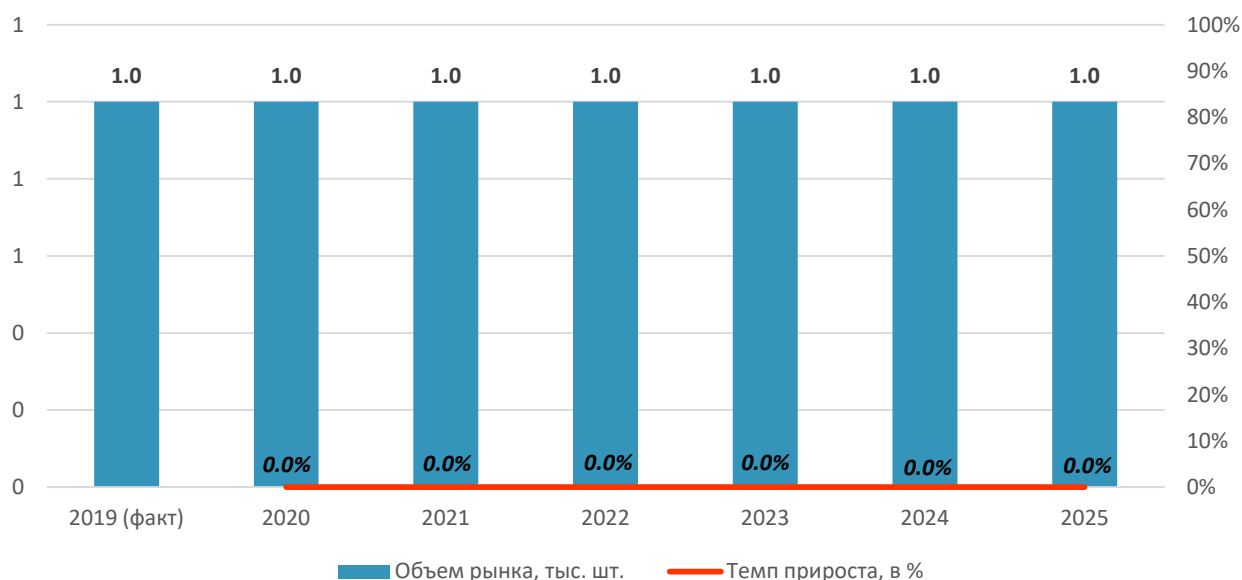
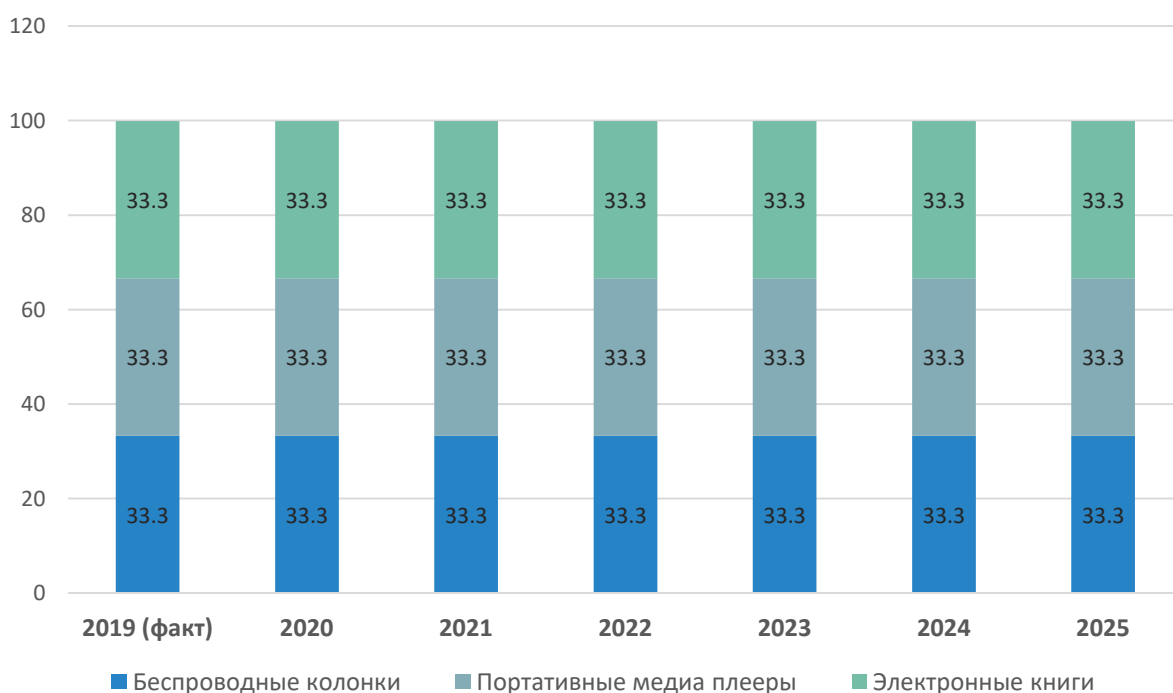


Диаграмма 10. Прогноз объема рынка портативных плееров по сегментам России в 2020-2025 гг., тыс. шт.



Согласно прогнозам, темпы прироста объема рынка портативных плееров в России в 2020-2025 гг. в натуральном выражении будут Самые высокие темпы прироста в течение всего периода покажет сегмент «.....». В 2020 г. ожидается прирост сегмента на%, а в 2022 г. – на%. темпы прироста покажет сегмент «.....». Темпы прироста сегмента «.....» с 2021 будут Среднегодовой темп прироста этого сегмента составит%.

Таблица 9. Прогноз темпов прироста объема рынка портативных плееров по сегментам России в 2020-2025 гг. в натуральном выражении, %.

Сегмент	2019 (факт)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Беспроводные колонки							
Портативные медиа плееры							
- Портативные мультимедиа плееры							
- Другие портативные медиа плееры							
Электронные книги							
Итого							

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

